



**PENGARUH LOKASI TOKO, PENATAAN PRODUK (*DISPLAY*
PRODUK), DAN SISTEM PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO DONA FASHION JUWANA PATI**

Oleh :

DONA SURYANI

2011-11-011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2015



**PENGARUH LOKASI TOKO, PENATAAN PRODUK (*DISPLAY*
PRODUK), DAN SISTEM PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO DONA FASHION JUWANA PATI**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (SI) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Oleh :

DONA SURYANI

2011-11-011

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2015

**PENGARUH LOKASI TOKO, PENATAAN PRODUK (*DISPLAY*
PRODUK), DAN SISTEM PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO DONA FASHION JUWANA PATI**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,

2015

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Pembimbing I

Noor Azis, SE,MM
NIDN. 0609107501

Drs. H. Masluri, MM
NIP. 195410101980031010

Mengetahui,

Dekan

Pembimbing II

Dr. H. Mochamad Edris, Drs.MM
NIDN. 0618066201

Iwan Suroso, SE, MM
NIDN. 0603067701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Barang siapa merintis jalan mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga”

(HR. Muslim)

PERSEMBAHAN

1. Orang tuaku tercinta dan adikku yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat
2. Sahabat-sahabat ku
3. Almamater UMK



KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi dengan judul Pengaruh Lokasi Toko, Penataan Produk (*Display* produk) dan Sistem Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Dona Juwana Pati disusun untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, petunjuk serta bimbingannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus, yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Noor Azis, SE., MM. selaku ketua program studi Ekonomi Manajemen Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Drs. H. Masluri., MM. selaku pembimbing I yang bijaksana dalam memberikan arahan dan bimbingan.

4. Bapak Iwan Suroso, SE, MM. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan doa kepada penulis.
5. Staf Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus yang telah membekali penulis dengan berbagai informasi selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.
6. Bapak dan Ibu serta keluargaku tercinta yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat.
7. Sahabat, teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut serta memberikan bantuannya selama penulis menyusun skripsi.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kudus,

2015

Penulis,

DONA SURYANI

201111011

**PENGARUH LOKASI TOKO, *DISPLAY* PRODUK DAN SISTEM
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN DI TOKO DONA
FASHION**

DONA SURYANI

2011-11-011

Pembimbing: 1. Drs.H.Masluri. MM

2. Iwan Suroso, SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Lokasi toko faktor utama dalam pemilihan letak toko, pemilihan lokasi yang baik, merupakan keputusan yang sangat penting. Lokasi juga akan mempengaruhi citra toko atau kepribadian toko dan kekuatan daya tarik yang dibuat oleh toko tersebut terhadap pelanggan utamanya.

Penataan produk dikenal juga dengan istilah *display*. Penataan produk (*display*) adalah suatu cara penataan produk, terutama produk barang yang diterapkan oleh perusahaan tertentu dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Tujuan penataan produk (*display*) menurut Wibowo (2008) dapat digolongkan sebagai berikut. *Attention* dan *interest customer*, yaitu untuk menarik perhatian para pembeli dilakukan dengan cara menggunakan warna-warna, lampu – lampu, dan sebagainya.

Sistem penjualan menurut Bob Foster 2008:14 adalah penjualan produk oleh *department store* dilakukan secara langsung kepada konsumen.

Tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah (1) untuk menguji pengaruh lokasi toko terhadap keputusan pembelian di Toko Dona Fashion. (2) untuk menguji pengaruh *display* produk terhadap keputusan pembelian di Toko Dona Fashion. (3) untuk menguji pengaruh sistem penjualan terhadap keputusan pembelian di Toko Dona Fashion. (4) untuk menguji pengaruh lokasi toko, *display* produk, sistem penjualan terhadap keputusan pembelian di Toko Dona Fashion.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) hasil analisis koefisien regresi variabel lokasi toko di peroleh hasil yang positif sebesar 0,234 yang berarti ada pengaruh antara lokasi toko dengan keputusan pembelian. (2) hasil analisis koefisien regresi variabel *display* produk di peroleh hasil yang positif sebesar 0,266 yang berarti ada pengaruh antara *display* produk dengan keputusan pembelian. (3) hasil analisis koefisien regresi variabel sistem penjualan di peroleh hasil yang positif sebesar 0,173 yang berarti ada pengaruh antara sistem penjualan dengan keputusan pembelian.

Kata kunci: lokasi toko, *display* produk (penataan produk), sistem penjualan, dan keputusan pembelian.

***INFLUENCE LOCATION STORE , DISPLAY PRODUCTS AND SYSTEMS
DECISION ON CUSTOMER SALES IN STORES DONA FASHION JUWANA
PATI***

DONA SURYANI

2011-11-011

Pembimbing: 1. Drs.H.Masluri. MM

2. Iwan Suroso, SE. MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRACT

Store locator major factor in the selection of the location of the store , the selection of a good location , is a very important decision . The location will also affect the image of the store or shop personality and strength of the appeal made by the store to its main customers .

Structuring products also known as display . Structuring product (display) is a way of structuring products, especially goods that are applied by certain companies with the aim to attract consumers . The purpose of structuring the product (display) by Wibowo (2008) can be classified as follows . Attention and customer interest , which is to attract the attention of buyers is done by using colors , lights - lights, and so on.

Sales system according to Bob Foster 2008: 14 is the department store product sales made directly to consumers .

The aim of research conducted by researchers is (1) to test the effect of store locations on purchase decisions in store Dona Fashion . (2) to test the effect of product display on purchase decisions in store Dona Fashion . (3) to test the effect of the sales system on purchase decisions in store Dona Fashion . (4) to test the effect of the location of the store , display products , the sales system to the purchasing decision in Dona Fashion Stores .

Results of this study were (1) the results of the analysis of store locations variable regression coefficients obtained positive results of 0.234 , which means there is influence between the location of the store with a purchase decision . (2) the results of the analysis of the product display variable regression coefficients obtained positive results of 0.266 , which means there is the influence of display products with a purchase decision . (3) the results of the analysis of sales system variable regression coefficients obtained positive results of 0.173 , which means there is influence between the sales system to the purchasing decision .

Keywords : *the location of the store , display products , system sales and purchasing decision.*



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II PEMBAHASAN.....	6

2.8 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	29
2.9 Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Rancangan Penelitian.....	31
3.1.1. Berdasarkan tujuan penelitiannya.....	31
3.1.2. Berdasarkan metode penelitiannya.....	31
3.1.3. Berdasarkan tingkat eksplantasinya.....	31
3.1.4. Berdasarkan jenis data dan model analisis datanya.....	32
3.2 Variabel penelitian.....	32
3.2.1. Variabel independen/bebas.....	32
3.2.2. Variabel dependen/tidak bebas.....	32
3.3 Definisi operasional variabel.....	33
3.3.1. Lokasi Toko.....	33
3.3.2. Display Produk.....	34
3.3.3. Sistem Penjualan.....	34
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	35

3.4.1. Jenis Data.....	35
3.4.2. Sumber Data.....	35
3.5 Populasi dan Sampel.....	36
3.5.1. Populasi.....	36
3.5.2. Sampel.....	37
3.6 Pengumpulan Data.....	38
3.7 Pengolahan Data.....	39
3.7.1. Coding.....	39
3.7.2. Scoring.....	39
3.7.3. Editing.....	40
3.7.4. Tabulating.....	40
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	40
3.8.1. Uji Validitas.....	40
3.8.2. Uji Realibilitas.....	43
3.9 Analisis Data.....	45
3.9.1. Analisis deskriptif.....	45

3.9.2. Analisis kuantitatif.....	45
3.9.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.9.4. Pengujian Hipotesis.....	46
3.9.5. Sistemtika Penulisan.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran umum objek penelitian.....	51
4.1.1. Sejarah perusahaan.....	51
4.1.2. Gambaran umum Toko Dona Fashion.....	51
4.2. Uji Instrumen Penelitian.....	52
4.2.1. Uji Validitas.....	52
4.2.2. Uji Realibilitas.....	55
4.3. Penyajian Data.....	55
4.3.1. Deskripsi Responden.....	55
4.3.2. Jenis Kelamin Responden.....	57
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel.....	57
4.4.1. Variabel lokasi toko.....	57

4.4.2. Variabel display produk.....	58
4.4.3. Variabel sistem penjualan.....	59
4.4.4. Variabel Keputusan Pembelian.....	60
4.5. Analisis Data.....	61
4.5.1. Analisis Regresi.....	61
4.6. Pengujian hipotesis.....	62
4.6.1. Pengujian Secara Parsial.....	62
4.6.2. Pengujian Secara Berganda.....	65
4.6.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.7. Pembahasan.....	67
4.7.1. Pengaruh lokasi toko terhadap keputusan pembelian.....	67
4.7.2. Pengaruh <i>display</i> produk terhadap keputusan pembelian.....	69
4.7.3. Pengaruh sistem penjualan terhadap keputusan pembelian.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran.....	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1. Uji Validitas Variabel Lokasi Toko.....	41
Tabel 3.2. Uji Validitas Variabel Display Produk.....	42
Tabel 3.3. Uji Validitas Sistem Penjualan.....	42
Tabel 3.4. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 3.5. Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.1. Uji Validitas Variabel Lokasi Toko.....	53
Tabel 4.2. Uji Validitas Variabel Display Produk.....	53
Tabel 4.3. Uji Validitas Variabel Sistem Penjualan.....	54
Tabel 4.4. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	54

Tabel 4.5. Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.6. Umur Responden.....	56
Tabel 4.7. Jenis Kelamin Responden.....	57
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Toko.....	58
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Mengenai Display Produk.....	59
Tabel 4.10. Tanggapan Responden Mengenai Sistem Penjualan.....	59
Tabel 4.11. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.12. Data Regresi.....	61
Tabel 4.13. Analisis Parsial.....	63
Tabel 4.14. Pengujian berganda (dengan signifikan $\alpha = 5\%$).....	65
Tabel 4.15. Koefisien Determinasi.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Skema Sistem Penjualan.....22

Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis.....29

